



I. PENDAHULUAN

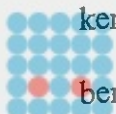
1.1 Latar Belakang

Indonesia dengan jumlah penduduk yang cukup besar yaitu \pm 220 juta jiwa merupakan pasar potensial untuk berbagai jenis produk pangan termasuk produk makanan ringan. Jenis makanan ringan yang beredar di pasaran saat ini sangat beragam, baik yang berupa makanan ringan modern seperti *snacks*, biskuit, kue, kembang gula dan lain sebagainya, maupun makanan ringan tradisional, diantaranya adalah dodol.

Dodol adalah jenis makanan ringan semi basah dan merupakan salah satu jenis makanan ringan khas yang banyak dijumpai di berbagai daerah di Indonesia. Dilihat dari sifat produknya, dodol mempunyai tekstur yang halus, liat, lunak, memiliki bentuk yang unik, rasa yang beragam dan dapat disimpan untuk jangka waktu tiga sampai empat bulan. Sedangkan berdasarkan karakteristik produknya, dodol memang tergolong ringan dan bukan sebagai makanan utama atau lauk pauk. Soekarto (1979) menyatakan bahwa dodol adalah jenis makanan ringan yang dapat langsung dimakan tanpa mengalami rehidrasi dan bentuknya tidak begitu basah atau relatif kering, sehingga dapat disimpan untuk jangka waktu lama. Jenis makanan ringan ini bernutrisi tinggi, mengandung bahan-bahan makanan alami seperti karbohidrat dan protein, serta menawarkan kepraktisan dan keefisienan dalam penyajiannya dengan berbagai cita rasa, aroma, bentuk, kemasan yang khas sehingga memberikan peluang kepada konsumen dari berbagai kalangan untuk mengkonsumsinya.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© HAK Cipta MB-IPB



MB-IPB

Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Di beberapa daerah di tanah air, produk dodol dikenal dengan nama berbeda-beda. Misalnya di Pulau Jawa, produk dodol dikenal dengan sebutan jenang, wingko, wajik, krasikan, angleng dan dodol Garut, sedangkan di Pulau Sumatera, jenis produk dodol dikenal dengan nama lempok dan kalamai. Bahan baku utama dodol jenis ini pada umumnya terbuat dari tepung beras, gula dan santan kelapa yang dicampur dengan bahan-bahan pelengkap makanan lainnya seperti mentega, lemak, susu, coklat, dan wijen. Selain itu, sekarang juga telah banyak berkembang perusahaan dodol yang memproduksi dodol dari buah-buahan seperti dodol sirsak, mangga, *strawberry*, kentang dan kacang hijau.

Dilihat dari kebiasaan konsumen dalam mengonsumsi jenis makanan ringan semi basah ini, banyak konsumen yang mengkonsumsinya terutama sebagai kudapan yang dimakan setelah makan makanan pokok, bekal makanan di sekolah, di perjalanan atau di tempat kerja, dan di daerah tertentu seperti daerah Bali, dodol banyak dikonsumsi dan dipakai untuk sesajen bagi umat Hindu. Produk dodolpun kini mulai digemari masyarakat sebagai oleh-oleh yang khas dari daerah tertentu, sehingga konsumen dodol semakin meningkat dari tahun ke tahun. Konsumen dodol tidak hanya berasal dari daerah asal penghasil makanan ringan tersebut, tetapi juga datang dari daerah lain dan telah merambah ke mancanegara seperti negara-negara di Asia Tenggara dan Arab Saudi.

Salah satu daerah penghasil produk dodol yang terkenal adalah daerah Garut, Jawa Barat. Dengan klasifikasi produk makanan ringan semi basah, produk dodol Garut ini diolah secara ekstrusi terbuat dari bahan-bahan alami tanpa bahan pengawet, dikemas dengan bentuk unik, dan menjadi salah satu panganan andalan daerah ini (PD. CITRA).





Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Di daerah Garut ini terdapat banyak perusahaan yang memproduksi makanan ringan tradisional tersebut, yang diusahakan mulai dari bentuk usaha keluarga atau industri rumah tangga hingga perusahaan berskala menengah. Pengelompokan perusahaan dodol ini dilihat berdasarkan struktur perusahaan, proses produksi, teknologi, sumber daya manusia dan pola pemasarannya. Sebagai sentra produksi dodol di Jawa Barat, hampir di setiap kecamatan di daerah ini memiliki perusahaan yang memproduksi dodol Garut. Produksi terbesarnya terletak antara lain di kecamatan Garut Kota, Cilawu, Tarogong, Wanaraja, dan Banyuwesmi. Banyaknya perusahaan-perusahaan dodol yang berkembang di daerah tersebut merupakan salah satu sub sektor industri makanan potensial yang memberikan kontribusi cukup besar dalam sektor industri pengolahan makanan. Pada tahun 1997, industri ini memberikan kontribusi 7,95% dalam industri pengolahan makanan (BPS Garut, 1997). Di tahun 1995, setiap perusahaan dodol di daerah ini rata-rata memproduksi dodol antara 30 ton hingga 100 ton per bulan, dengan nilai pendapatan bersih minimal Rp.6 juta rupiah per bulan untuk skala perusahaan kecil atau industri rumah tangga (Deperindag, 1996). Pertumbuhan jumlah unit usaha, produksi, pendapatan dan banyaknya tenaga kerja yang terlibat di bisnis ini tidak hanya menguntungkan perusahaan, tetapi juga pemerintah DATI II Garut dan masyarakat daerah Garut. Mengacu pada data dan keberadaan produk dodol Garut di pasaran, jenis usaha makanan ringan semi basah ini diperkirakan masih memiliki potensi baik untuk terus dikembangkan.

Seiring dengan terus meningkatnya produksi, konsumsi, dan pasar produk dodol saat ini serta prospeknya di masa mendatang, maka ada hal yang sangat menarik untuk dilakukan suatu penelitian terhadap produk dodol Garut. Masalah





yang akan dikaji adalah mengenai preferensi konsumen yaitu bagian dari perilaku konsumen yang menitikberatkan pada sikap dan persepsi konsumen akan kebutuhan dan keinginan atas suatu produk. Dengan meneliti bagian ini, diharapkan dapat diketahui gambaran produk dodol Garut yang sesungguhnya dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.

Alasan pemilihan produk, perusahaan dan lokasi penelitian di daerah Garut ini adalah karena di daerah tersebut terdapat banyak perusahaan kecil dan menengah yang memproduksi dodol yang jumlahnya mencapai ± 100 perusahaan (BPS Garut, 1997). Di sisi lain, daerah Garut mulai dikenal sebagai daerah wisata dan daerah lewatan di lintas Selatan yang memungkinkan dikunjungi oleh banyak orang, sehingga mempunyai kesempatan besar untuk memasarkan produk makanan ringan khas yang dihasilkan oleh pengusaha setempat.

PD. CITRA merupakan salah satu perusahaan dodol di daerah Garut yang telah menjalankan bisnisnya selama hampir 50 tahun. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1951 dan beberapa kali mengubah nama perusahaannya hingga yang dipakai sekarang ini. Meskipun sudah lama menjalankan usahanya, perusahaan menilai bahwa ternyata produknya belum sepenuhnya dikenal dan dapat dipasarkan secara optimal.

Selanjutnya, apabila produk dodol Garut diperhatikan lebih mendalam, pada umumnya memiliki karakteristik yang serupa seperti rasa, aroma, bentuk maupun kemasan antara merek yang satu dengan merek yang lain. Akibatnya, konsumen mengalami kesulitan dalam membedakan antara produk dodol yang berkualitas tinggi dengan yang berkualitas rendah. Kendala lain yang dihadapi perusahaan adalah adanya suatu perubahan pola perilaku dalam mengkonsumsi





produk makanan ringan yaitu konsumen lebih memilih makanan ringan yang diolah secara *modern*, yang secara tidak langsung dapat mengancam keberadaan makanan ringan tradisional ini. Dengan kondisi pasar seperti ini ternyata menimbulkan suatu keingintahuan dari pihak manajemen perusahaan untuk mengetahui apa yang sebenarnya diinginkan dan dibutuhkan konsumen dari produk dodol Garut yang diproduksinya.

Dengan menganalisis preferensi konsumen terhadap produk dodol Garut, diharapkan akan menghasilkan suatu gambaran yang jelas mengenai sikap atas pilihan konsumen dalam membeli dan atau mengkonsumsi dodol Garut dan persepsi yang merupakan penilaian positif atau negatif terhadap atribut jenis produk dodol Garut. Kemudian, hasil penelitian ini dirumuskan dalam suatu bentuk rekomendasi strategi bauran pemasaran yang efektif bagi pengembangan bisnis perusahaan dodol Garut PD. CITRA.

12. Perumusan Masalah

Terbukanya pasar untuk makanan ringan di Indonesia ternyata telah banyak memberikan kesempatan berusaha bagi para pengusaha yang bergerak di industri makanan untuk memproduksi dan memasarkan produknya. Produk makanan ringan yang dihasilkan tidak hanya berupa produk makanan ringan yang diproduksi secara *modern*, tetapi juga produk makanan ringan tradisional khas daerah seperti dodol Garut.

Produk dodol Garut adalah jenis makanan ringan semi basah bernutrisi tinggi, mengandung bahan makanan alami seperti karbohidrat dan protein, serta menawarkan kepraktisan dalam penyajiannya dengan berbagai cita rasa, aroma,





bentuk, kemasan yang khas, sehingga memberikan peluang kepada konsumen dari berbagai kalangan untuk mengkonsumsinya.

Daerah Garut merupakan sentra produksi dodol terbesar di Jawa Barat dan juga mulai dikenal sebagai daerah wisata dan daerah lewatan di lintas Selatan yang memungkinkan dikunjungi oleh banyak orang, sehingga mempunyai kesempatan besar untuk memasarkan produk makanan ringan khas yang dihasilkan oleh pengusaha setempat.

Pada umumnya produk dodol Garut yang ada di pasaran memiliki karakteristik yang serupa antara satu merek dengan merek lainnya baik dari bentuk, aroma, cita rasa, harga dan kemasan, akibatnya konsumen menemui kesulitan dalam membedakan mana produk dodol yang berkualitas baik dan mana produk dodol yang berkualitas rendah. Hal ini pula yang menyebabkan persaingan di bisnis ini semakin ketat.

Perkembangan pemasaran produk dodol Garut memang mengalami kemajuan, namun dirasakan sangat lambat apabila dibandingkan dengan jenis makanan ringan lainnya seperti biskuit, permen, coklat, dan *snack*. Selain itu, adanya perubahan pola perilaku masyarakat dalam mengonsumsi produk makanan ringan yang lebih memilih makanan ringan *modern*, secara tidak langsung dapat mengancam keberadaan makanan ringan tradisional ini. Kondisi seperti inipun dialami oleh perusahaan dodol Garut PD. CITRA, dimana konsumen dan pemasarannya masih terbatas. Selama hampir 50 tahun menjalankan usaha pembuatan dodol Garut, PD. CITRA menilai bahwa ternyata produknya belum sepenuhnya dikenal dan dapat dipasarkan secara optimal.





Berdasarkan latar belakang tersebut, perumusan masalah yang dihadapi oleh perusahaan dodol Garut PD. CITRA adalah :

1. Bagaimana sebenarnya konsep produk dodol Garut yang sesuai dengan pilihan atau penilaian konsumen dan sikap konsumen atas atribut yang melekat pada jenis makanan ringan ini?
2. Bagaimana konsumen memutuskan untuk membeli dan mengonsumsi dodol Garut?
3. Apa yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam menghadapi berbagai kendala dalam pemasaran produknya?
4. Bagaimana sebaiknya strategi perusahaan dalam memasarkan produknya?

Perumusan masalah ini akan diteliti lebih mendalam dan diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengembangan pemasaran produk dodol Garut PD. CITRA.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis preferensi konsumen terhadap produk dodol Garut.
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengonsumsi dodol Garut.
3. Menganalisis strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh PD.CITRA pada saat ini.
4. Merekomendasikan suatu konsep strategi bauran pemasaran yang sesuai dengan preferensi konsumen dan bermanfaat bagi pengembangan usaha dodol Garut PD. CITRA.





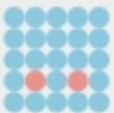
1.4. Manfaat Geladikarya

Geladikarya ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Peneliti, geladikarya akan memberikan masukan pengetahuan dalam konteks pemasaran yang berguna bagi pengembangan penerapan konsep pemasaran di lapangan.
2. Perusahaan, geladikarya akan menghasilkan masukan yang dapat digunakan untuk pengembangan dan penerapan strategi pemasaran yang mengacu pada perilaku konsumen.

© Hak Cipta Milik IPB

Hak cipta dilindungi Undang-Undang



MB-IPB

Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.